



تهیه و تنظیم: حسین خلیج

## مدیریت رسیدگی به شکایات مشتری بخش دوم: عیب یابی فریم

که ایراد مطرح شده بیش تر شبیه بهانه گیری است تا اشکال، به هر حال بایستی به اعتراضات مشتری توجه کرد.

در این بخش نقایص فنی مربوط به فریم را معرفی و شما را با چگونگی برطرف کردن این نقایص فنی آشنا کنیم. وجود برخی نقایص باعث بروز برخی مشکلات خواهد شد، که در این مقاله قصد داریم با معرفی برخی تکنیک‌های مقابله با مشکل، شما را در امر مدیریت شکایت و رفع اشکال همراهی کنیم و امیدواریم با مطالعه‌ی این مقاله بتوانیم راه حل مناسبی برای مشکل پیش روی شما باز کنیم.

بیش تر اعتراضات و مشکلات عینک بعد از نصب عدسی اتفاق می افتد. همیشه فریمی که مشتری انتخاب می کند شبیه به فریمی که تحویل می گیرد، نیست. مشتری فریمی را انتخاب می کند که طلق روی آن سوار است اما بعد از نصب عدسی ممکن است انحناء، وزن، اندازه و شکل فریم تغییر کرده باشد، پس طبیعی است که مشتری کمی اعتراض کند، زیرا از مسائل فنی کار مطلع و آگاه نیست، در اینجا وظیفه‌ی عینک ساز است که بتواند با مهارت، قبل از ساخته شدن عینک چگونگی و علت به وجود آمدن تغییرات را به مشتری توضیح دهد.

مشکلاتی که بعد از نصب عدسی پیش خواهد آمد یا قابل اصلاح هستند یا غیر قابل اصلاح، که به معرفی این مشکلات می پردازیم.

### مشکلات جزئی:

طبق تعریف مشکلات جزئی عبارتند از، دسته‌ای از مشکلات که به راحتی اصلاح می شوند و برای برطرف کردن آن‌ها نیاز به تعویض فریم نیست، به برخی از این مشکلات اشاره می کنیم:

- ❖ ممکن است یکی از سردهسته‌ها شکسته و ما متوجه آن نشده باشیم (می توان با تعویض سردهسته مشابه، ایراد را برطرف کرد).
- ❖ ممکن است نواری که دور عدسی انداخته ایم بعد از مدتی بیرون آمده و عدسی از داخل حلقه خارج شود.

فروش عینک طبی، حرفه‌ای بهداشتی و فنی است؛ به عبارت دیگر در فروش و ارایه‌ی عینک طبی با مسائل علمی و فنی مثل ویژگی‌های اپتیکی عدسی و متریاال‌های مختلف فریم، و در حوزه‌ی بهداشت با عیوب انکساری چشم و علوم رفتاری اشخاص سروکار داریم؛ پس یک فروشنده عینک بایستی با این مهارت‌های فنی، دانش و آگاهی‌های علمی مرتبط با این حرفه کاملاً مسلط باشد.

یکی از مباحث مهم و اساسی در امر ارائه و فروش عینک‌های طبی مسأله‌ی تناسب عدسی انتخابی با فریم انتخاب شده است. معمولاً فریمی که مشتری در نگاه اول می بیند با عینکی که تحویل می گیرد متفاوت است، این امر باعث بروز برخی مشکلات خواهد شد. این مبحث مرتبط با ایندکس، ضخامت و انحناء عدسی‌های مختلف همچنین مرتبط با متریاال انواع فریم است که به طور کامل در شماره‌های بعدی این نشریه به آن پرداخته خواهد شد.

یکی دیگر از موارد بسیار مهم در ارائه و فروش عینک‌های طبی مسأله‌ی قیمت و اختلاف قیمت بین انواع فریم و انواع برند است که از لحاظ ظاهر و متریاال شبیه به هم هستند، این مسأله هم به لحاظ پیچیدگی‌های خاص خود مشکلات زیادی را در فروش و ارائه‌ی عینک طبی بوجود آورده است که در وقت مناسب تر به صورت کامل مورد بحث قرار خواهیم داد؛ لذا در این بخش از این دو مبحث صرف نظر کرده و به موارد دیگر می پردازیم.

در بخش قبل به ایرادات مربوط به عدسی پرداختیم. یکی دیگر از مواردی که عینک سازان با آن مواجه هستند، ایراداتی است که از ناحیه فریم مطرح می شود، ممکن است این ایرادات مطرح شده از ناحیه مشتری درست یا نادرست باشد، اما برای این که تشخیص دهیم که اعتراض مشتری بجاست یا نابجا، باید این اعتراضات را مورد بررسی قرار دهیم. در برخی موارد دیده شده

**دید بزرگ**  
Primary Sight Magazine  
دو ماهنامه فرهنگی اقتصادی | سال اول  
شماره سوم | صفحه ۳۲

مدیریت کسب و کار



مثلاً، عینک مشتری به صورت اشتباه داخل پاکت مشتری دیگری گذاشته شده است، مشتری به محض دیدن عینک متوجه اشتباه پیش آمده می‌شود، یا هنگامی که عینک را به صورت می‌زند، به خاطر اختلاف نمره‌ی عدسی متوجه اشتباه به وجود آمده می‌شود. اما در برخی موارد شخص دیگری عینک را تحویل گرفته و خود مشتری مراجعه نمی‌کند، در این موارد اشکال کار بعداً مشخص می‌شود.

برخی از نقایص فنی عینک می‌تواند باعث عصبانیت مشتری گردد، مثل:

❖ عینک خود مشتری که نسبت به آن حساسیت زیادی دارد، آسیب ببیند.

❖ فریمی که مشتری انتخاب کرده با یک فریم مشابه دیگری جایجا یا تعویض شده باشد.

❖ قسمت‌های زیادی از رنگ فریم هنگام نصب عدسی در لابراتوار از بین رفته باشد.

❖ فریم نو هنگام کار در لابراتوار شکسته و جوش خورده باشد.

❖ شکل و اندازه فریم به شکلی تغییر کند که مطابق با انتخاب مشتری نباشد.

در چنین مواقعی حتی ممکن است مشتری به محض دیدن مشکل با عصبانیت عینک را روی پیشخوان پرتاب کند. شاید هم اعتراضات خود را به صورت‌های دیگری اعلام کند، در چنین مواقعی چگونه باید برخورد کنیم؟ قبل از هر کاری ابتدا بایستی شخص را آرام کنید، بعد به او اطمینان دهید که برای برطرف کردن ایراد تمام تلاش خود را خواهید کرد.

همان‌طور که در مقدمه گفته شد سعی نکنید از کلمات منفی استفاده کنید یا این که جلوی مشتری جبهه بگیرید، هرگز نگویید: "حالا مگه چی شده: " یا این که: "بزار اول ببینیم تقصیر کیه بعد ناراحت شو...!"

تنها کاری که در این قبیل موارد برای آرامش و جلب رضایت مشتری می‌توان انجام داد فقط: "تعویض فریم: " است.

بدترین حالت ممکن این است که، فریم شخصی مشتری آسیب ببیند. مدیریت کردن این شرایط متناسب با وضعیت اخلاقی مشتری متفاوت است.

برخی از مشتریان با این وضعیت کنار آمده و می‌پذیرند که اتفاق پیش آمده یک حادثه بوده است، اما برخی از مشتریان اصلاً این وضعیت و خسارت به وجود آمده را نمی‌پذیرند.

آنچه مسلم است جبران خسارت وارده به مشتری است. برخی از همکاران فریمی با ارزش تر از فریم مشتری به او پیشنهاد می‌دهند و برخی دیگر نه، به هر شکل بهتر آن است که رضایت مشتری تأمین شود.

اگر فریمی که ما فروخته‌ایم آسیب ببیند وضعیت معلوم است، یا کار تعویض و خسارت وارده جبران می‌شود یا مشتری کار را



( این اتفاق هنگامی می‌افتد که عدسی کوچک تراش خورده باشد، پس اگر عدسی خیلی کوچک شده باشد بایستی عدسی را تعویض کرد).

❖ ممکن است به علت بلندی نوار نایلونی پایین گریف، عدسی داخل فریم لق بخورد (ابتدا عدسی را خارج می‌کنیم و نوار نایلونی را با حرارت کمی جمع‌تر کرده و بعد عدسی را جا می‌اندازیم).

❖ ممکن است فنر یکی از دسته‌ها نسبت به دسته‌ی دیگر کمی سفت‌تر باز و بسته شود (برای رفع این مشکل چندقطره روغن چرخ خیاطی داخل محفظه فنر می‌چکانیم، با چند مرتبه باز و بسته کردن دسته مشکل فنر برطرف می‌شود).

به چند نمونه‌ی دیگر از این مشکلات توجه کنید:

❖❖ دسته‌های عینک هنگام بسته شدن در یک امتداد نیستند.

❖❖ دسته‌ها هنگام بسته شدن با عدسی تماس پیدا می‌کنند.

❖❖ پیچ عینک به خوبی بسته نشده و عدسی تحت فشار است.

❖❖ عینک روی صورت صاف قرار نگرفته است.

❖❖ پدهای پلاستیکی روی صورت جا انداخته است.

در چنین مواقعی مشتری توانسته به راحتی مشکل عینک را تشخیص دهد، پس به جای نگرانی با خونسردی عینک را از مشتری تحویل گرفته و مشکل آن را برطرف کنید.

### مشکلات کلی:

طبق تعریف به ایراداتی گفته می‌شود که فقط با تعویض عینک قابل اصلاح و جبران است.

در برخی موارد هنگام تحویل گرفتن عینک مشتری متوجه می‌شود، اشتباهی رخ داده است؛ در این هنگام به راحتی و بدون به وجود آمدن تنش می‌توان مشکل را برطرف نمود.

**دیدستر**

Primary Sight Magazine

دوماهنامه فرهنگی اقتصادی سال اول

شماره سوم صفحه ۳۳

**مدیریت کسب و کار**





● اگر با تنظیم عینک و ابزار آلات تنظیم آشنایی ندارید، هرگز پس از ساخته شدن عینک به آن دست نزنید، زیرا در صورت آسیب رساندن به عینک اعتبار حرفه‌ای خود را زیر سؤال خواهید برد.

● هرگز مشتری را نادان و ناآگاه فرض نکنید.

اگر همواره موارد ذکر شده در قسمت بالا را مدنظر قرار دهیم، کم‌تر ارتباطمان با مشتری دچار مشکل خواهد شد. مشتریان به روش‌های مختلف اعتراض و خواسته‌های شخصی خودشان را مطرح می‌کنند، این اعتراضات ممکن است رابطه بین شما و مشتری را به خطر بیندازد، به چند نمونه از این نوع اعتراضات توجه کنید:

اعتراضی که به صورت "سؤالی تعجبی" همراه با حالتی از ناراحتی و دلخوری مطرح می‌شود:

- این، اون عینکی نیست که من انتخاب کردم!
- چرا این عینک این شکلی شده؟
- مطمئن هستید این همون عینکی که من انتخاب کردم؟ این عینک عوض نشده؟
- اعتراض که با زبان "متلک" بیان می‌شود:
- همه عینک‌ها تون تقلبی هستند؟
- هنوز عینک رو نبردید رنگش رفته که؟!؟
- عمر عینک‌ها تون چند روزه است؟

- اعتراضاتی که به صورت "توقعی خجالتی" بیان می‌شود:
- ببخشید، نمی‌شد وقتی دیدید عینک حاضر نمی‌شه، یه زنگ می‌زدید ما این همه راه نمی‌اومدیم!؟
  - شرمنده، امکانش هست کمی بیش‌تر تخفیف بدید؟
  - اعتراضاتی که به صورت "منت گذاشتن و طلبکارانه" بیان می‌شود:
  - می‌دونسی از کجا بلند شدم اومدم اینجا عینک بخرم؟ باید بیش‌تر تخفیف بدی!



مرجوع کرده و با نارضایتی فروشگاه را ترک می‌کند. خوشبختانه ایرادات فنی عینک خیلی زود آشکار می‌شود و می‌توان با برطرف کردن آن، مشکل خریدار را مرتفع نمود. تا این‌جا به برخی از نقایص مهم فریم و راهکارهای برطرف کردن آن پرداختیم، حال می‌خواهیم به موارد دیگری از مشکلات پردازیم که ارتباط مستقیمی با فریم ندارد، اما مرتبط به عینک و عینک‌سازی است.

این دسته از مشکلات، نقایص فنی عینک نیست که بتوان به راحتی آن‌ها را برطرف نمود، بلکه در ارتباط مستقیم با سلیقه و خواسته مشتری است، به عبارتی: "مشکلات پیرامون عینک" است. عینک نقطه‌ای اشتراک بین خریدار و فروشنده است و ارتباط بین این دو را برقرار می‌کنند، به همین خاطر اگر ایرادی برای عینک بوجود آید رابطه‌ی بین این دو را تحت تأثیر قرار خواهد داد.

### مشکلات ارتباطی بین خریدار و فروشنده

در این قسمت شما با برخی ویژگی‌های رفتاری و مشکلات ارتباطی بین خریدار و فروشنده آشنا خواهید شد، علاوه بر این راهکارهای پیشنهادی برای جلوگیری از مشکلات ارتباطی بیش‌تر به شما معرفی خواهد شد.

آیا هنگام فروش عینک موارد زیر را رعایت می‌کنید؟

● همیشه یادمان باشد که مشتری، واسطه و نماینده خداست و روزی ما از طریق او به دست ما خواهد رسید، پس برای فرستاده‌ی خدا ارزش و احترام قائل باشیم و یادمان باشد که همواره "حق با مشتری است".

● برخی از مشتریان هنگام پرداخت بیعانه، بخش چانه‌زنی را موکول به زمان تحویل عینک می‌کنند، این مسأله باعث می‌شود هنگام تحویل عینک نارضایتی بیش‌تر آید، پس حتماً قیمت تمام شده را قطعی کنید.

● دقت داشته باشید همان فریمی که مشتری انتخاب کرده را در پاکت کار قرار دهید.

● از افراد همراه مشتری برای انتخاب قطعی فریم نظرخواهی کنید.

● سعی کنید نظر و خواسته‌ی خودتان را به مشتری تحمیل نکنید.

● اگر فریم دلخواه مشتری را نداشتید "اصرار" به انتخاب فریم دیگر نداشته باشید.

● تعریف بیش از حد از فریم مشتری را "متوقع" می‌سازد، پس به اندازه‌ی لازم از کالای خود تعریف کنید.

● هرگز برای فروش بیش‌تر همکاران خود را زیر سؤال نبرید. قیمت‌های غیرمتعارف موجب تحریک سوءظن مشتریان خواهد بود.

● قبل از این که بخواهید فریم اصل را با فریم کپی مقایسه کنید، حتماً از ویژگی‌های مخصوص به آن فریم اصل مطلع باشید.



**دید پرتو**  
Primary Sight Magazine  
دو ماهنامه فرهنگی اقتصادی | سال اول  
شماره سوم | صفحه ۳۴  
**مدیریت کسب و کار**





Primary Sight Magazine  
دوماهنامه فرهنگی اقتصادی | سال اول  
شماره سوم | صفحه ۳۵

**مدیریت کسب و کار**



این قدر مطمئن هستید؟  
 ● چرا این عینک این شکلی شده؟ (مگر قبلاً چه شکلی بوده؟ بدید بینم!)  
 ● مطمئن هستید این همون عینکی که من انتخاب کردم؟ این عینک عوض نشده؟ (بله، قطعاً، شک نکنید)  
 ● همه‌ی عینک‌ها تون تقلبی هستند؟ (از کجا این قدر مطمئن هستید؟ شما سازنده یا طراح فریم هستید؟)  
 ● هنوز عینک رو نبردم رنگش رفته که؟! (به هر حال توی کار پیش میاد! حتماً براتون بهترش را می‌گذارم)  
 ● عمر عینک‌ها تون چند روز است؟ (هر چیزی به طول عمری داره، اما عینک‌های ما گارانتی هستند)  
 ● ببخشید، نمی‌شد وقتی دیدید عینک حاضر نمیشه، به زنگ می‌زدید ما این همه راه نمی‌اومدیم؟! (اگر اطلاع داشتیم حتماً این کار رو می‌کردم، تشریف ببرید با بیک می‌فرستم درب منزل)  
 ● شرمنده، امکانش هست کمی بیش‌تر تخفیف بدید؟ (اگر امکانش بود حتماً این کار رو می‌کردم)  
 ● می‌دونسی از کجا بلند شدم اومدم اینجا عینک بخرم؟ باید بیش‌تر تخفیف بدی! (قدم رنجه کردید، سپاسگزارم)  
 ● من قیمتی که گفتی رو پرداخت نمی‌کنم، هر چقدر دوست داری بزن! (شما صاحب اختیارید قربان، بنده قیمت اضافه‌نزدم خیالتون راحت باشه)  
 ● آگه می‌دونستم می‌خوای این جور حساب کنی می‌رفتم جای دیگه! (هرطور که صلاح می‌دونید، خوشحال میشم بازم در خدمتون باشم)  
 ● ای کاش این قدر راه نیومده بودم، من که دیگه پام رو اینجا نمی‌زارم! (بنده نوازی می‌فرمایید، هرطور مایل هستید عمل بفرمایید)  
 ● اگر تخفیف بیش‌تری ندی، نه خودم میام نه میزارم کسی دیگه پاشو بزاره تو مغازه‌ات (روزی رسون خداست، مطمئن باشید لنگ نمی‌مونم)  
 ● اگر عینک رو مرجوع نکنی می‌رم اتحادیه شکایت می‌کنم (به هر حال اتحادیه برای رسیدگی به همین امور تشکیل شده، آدرس بدم خدمتون؟)  
 همان‌طور که ملاحظه فرمودید، جواب‌ها کوتاه و صریح، مطمئن از کار و همراه با احترام و تا جای ممکن قانع‌کننده هستند. البته همه چیز بستگی به شما و شرایط مشتری در زمان رویارویی با یکدیگر دارد، اما اگر دارای یک چهارچوب ثابت و منظم باشید، مطمئناً بهتر خواهید توانست شرایط را مدیریت کنید.  
 امیدواریم مطالب ارائه شده مفید واقع شده باشد. در شماره‌های آینده‌ی نشریه شما را با مباحث دیگری در این خصوص آشنا خواهیم کرد.

● من قیمتی که گفتی رو پرداخت نمی‌کنم، هر چقدر دوست داری بزن!  
 اعتراضاتی که به صورت "تأسف و پشیمانی" بیان می‌شود:  
 ● آگه می‌دونستم می‌خوای اینجوری حساب کنی می‌رفتم جای دیگه!  
 ● ای کاش این قدر راه نیومده بودم، من که دیگه پام رو اینجا نمی‌زارم!  
 اعتراضاتی که به صورت "شرطی تهدیدی" بیان می‌شود:  
 ● اگر تخفیف بیش‌تری ندی نه خودم میام نه میزارم کسی دیگه پاشو بزاره تو مغازه‌ات.  
 ● اگر عینک رو مرجوع نکنی می‌رم اتحادیه شکایت می‌کنم.  
 همان‌طور که ملاحظه می‌کنید این قبیل گفتگوهای روی رابطه‌ی بین خریدار و فروشنده تأثیرچندان خوبی نخواهد گذاشت.

**چگونه باید این رفتارها را مدیریت و کنترل کنیم؟**  
 قطعاً نمی‌توان با همه مشتریان همان‌گونه که با ما رفتار می‌کنند، رفتار کرد! اما می‌توان با یک چهارچوب ثابت و منظم با تمامی مشتریان به درستی رفتار کرد. هراسانی دوست دارد که مورد توجه واقع شده و به او احترام گذاشته شود. سعی کنید به جای تعریف یا تبلیغ عینک ویژگی‌های خاص آن را معرفی کرده و از توضیحات اضافی پرهیز کنید. با مشتری خود صادقانه برخورد کرده و با خوشرویی از او پذیرایی کنید. به سؤالات مشتری جواب کامل و قانع‌کننده داده و هیچ‌گاه مشتری را نادان فرض نکنید. قیمت کالای خود را طوری تعیین کنید تا برای تخفیف متعادل دستتان باز باشد. شوخی‌های غیرمتعارف با مشتری‌های ثابت و دوستان کاری خود را کاهش دهید.  
 از بین مواردی که بیان شد، پیشنهاد می‌کنم احترام، برخورد صادقانه، جواب قانع‌کننده و اطمینان از قیمت کالا را ملاک عمل قرار داده و به کمک این چهارچوب رفتارهای مشتریان را مدیریت کرد، چگونه؟ امتحان می‌کنیم.  
 ● این، اون عینکی نیست که من انتخاب کردم! (از کجا

